

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pengertian Umum Angkutan Laut**

Angkutan laut adalah kegiatan mengangkut dan atau memindahkan penumpang dan atau barang dengan menggunakan kendaraan air yang memiliki bentuk dan jenis tertentu, serta dapat digerakkan dengan tenaga mekanik, tenaga angin atau bentuk energi lainnya (Jinca, 2011). Angkutan dibutuhkan karena keberadaan pusat-pusat produksi yang letaknya berbeda dengan pusat-pusat konsumsi. Perbedaan ini menyangkut kelainan nilai hasil produksi daerah asal untuk dijual ke daerah tujuan guna mempertinggi nilai barang hasil produksi.

Kapal dan pelabuhan merupakan sarana dan prasarana angkutan laut yang memiliki hubungan saling ketergantungan dalam menunjang perdagangan dan lalu lintas penumpang dan muatan barang. Fungsi utama sarana dan prasarana angkutan laut adalah memperpendek jarak tempuh, memindahkan hasil produksi dan melancarkan hubungan antar daerah.

Moda angkutan laut memiliki karakteristik tersendiri antara lain aksesibilitas dan ketersediaan jaringan pelayaran berupa akses pelabuhan yang terbatas, mobilitas dan kenyamanan penumpang rendah, efisiensi tinggi dengan biaya rendah untuk angkutan muatan barang secara massal dengan keamanan bervariasi (Khisty dan Lall, 2005).

Jaringan transportasi laut terbagi atas jaringan prasarana dan pelayanan. Jaringan prasarana terdiri atas simpul yang berwujud pelabuhan laut dan ruang lalu lintas yang berwujud alur pelayaran, sedangkan fungsi pelayanan dapat

dikelompokkan menjadi trayek komersil dan trayek non komersil atau perintis (Jinca, 2011).

## **B. Tatanan Kepelabuhanan**

Pelabuhan adalah tempat yang terdiri atas daratan dan atau perairan dengan batas-batas tertentu sebagai tempat kegiatan pemerintahan dan kegiatan pengusahaan yang dipergunakan sebagai tempat kapal bersandar, naik turun penumpang dan atau bongkar muat barang, berupa terminal dan tempat berlabuh kapal yang dilengkapi dengan fasilitas keselamatan dan keamanan pelayaran dan kegiatan penunjang pelabuhan serta sebagai tempat perpindahan intra dan antarmoda transportasi (Jinca, 2011).

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2009 tentang Kepelabuhanan membagi jenjang pelabuhan menjadi tiga tingkatan yaitu :

### **1. Pelabuhan Utama**

Pelabuhan Utama adalah pelabuhan yang fungsi pokoknya melayani kegiatan angkutan laut dalam negeri dan internasional, alih muat angkutan laut dalam negeri dan internasional dalam jumlah besar dan sebagai tempat asal tujuan penumpang dan atau barang serta angkutan penyeberangan dengan jangkauan pelayanan antar provinsi.

### **2. Pelabuhan pengumpul**

Pelabuhan pengumpul adalah pelabuhan yang fungsi pokoknya melayani kegiatan angkutan laut dalam negeri, alih muat angkutan laut dalam negeri dalam

jumlah menengah dan sebagai tempat asal tujuan penumpang dan atau barang serta angkutan penyeberangan dengan jangkauan pelayanan antar provinsi.

### 3. Pelabuhan Pengumpan

Pelabuhan pengumpan adalah pelabuhan yang fungsi pokoknya melayani kegiatan angkutan laut dalam negeri, alih muat angkutan laut dalam negeri dalam jumlah terbatas, merupakan pengumpan bagi pelabuhan utama dan pelabuhan pengumpul dan sebagai tempat asal tujuan penumpang dan atau barang serta angkutan penyeberangan dengan jangkauan dalam provinsi.

Pelabuhan Regional Sanana adalah pelabuhan pengumpan yang berfungsi khusus untuk melayani angkutan laut dalam jumlah kecil dan jangkauan pelayanan antar kecamatan dalam kabupaten maupun antar kabupaten/kota serta menjadi pengumpan ke pelabuhan utama yang ada di Ternate, Ambon dan Manado (Bitung).

### C. Infrastruktur Pelabuhan

Pelabuhan berperan sangat penting dalam perdagangan dan pembangunan regional dan nasional yaitu sebagai pintu gerbang keluar masuk barang dan penumpang menuju dan dari suatu daerah dimana pelabuhan tersebut berada. Untuk menunjang peranan dan fungsi pelabuhan yang strategis, dibutuhkan ketersediaan sarana dan prasarana pelabuhan meliputi :

#### 1. Dermaga

Dermaga merupakan sarana tambatan dimana kapal-kapal bersandar untuk memuat dan menurunkan barang dan atau mengangkut dan menurunkan penumpang. Sarana tambatan yang dimaksud adalah termasuk dermaga (*quay walls*), pelampung

tambatan (*mooring buoys*), tiang-tiang pancang tambatan (*mooring piles*), ponton dan dermaga ringan (*lighter wharves*). Sarana-sarana tersebut dibangun pada lokasi tertentu dengan mempertimbangkan kondisi alam dan topografi, cuaca dan fenomena laut, navigasi kapal serta kondisi dari penggunaan daerah perairan di sekitar lokasi dermaga.

## 2. Pergudangan

Pergudangan merupakan fasilitas penunjang prasarana laut dari suatu pelabuhan. Pergudangan didefinisikan sebagai tempat untuk menyimpan barang-barang yang berasal dari kapal atau yang akan dimuat ke kapal (Sumardi, 2000).

Gudang diklasifikasikan berdasarkan fungsi dan kegunaannya serta dibedakan menurut jenis barang yang disimpan. Gudang berfungsi menjaga keseimbangan jumlah muatan yang diangkut oleh kapal dan angkutan darat, terlaksananya pelayanan administrasi, mencegah kerusakan muatan yang diakibatkan oleh cuaca dan penyebab lainnya serta sebagai upaya pengumpulan muatan.

## 3. Lapangan Penumpukan

Lapangan penumpukan adalah suatu tempat yang berada diluar dermaga, memiliki fungsi untuk menumpuk barang yang akan dimuat ke kapal atau barang yang dibongkar dari kapal. Lapangan penumpukan diperkeras dengan struktur tertentu sehingga dapat menerima beban berat dari barang yang ditampungnya. Lapangan penumpukan harus memenuhi persyaratan khusus yaitu :

- 1) Tersedia tempat untuk areal penyortiran barang sesuai jenis barang yang ditangani;

- 2) Tata ruang lapangan aman bagi operasional kendaraan dan peralatan pengangkut barang;
- 3) Areal penyortiran barang harus dikeraskan dengan bahan untuk lapisan jalan seperti beton semen atau aspal dan dilengkapi fasilitas pembuangan air.

Pelabuhan Regional Sanana memiliki dermaga dengan konstruksi beton sepanjang 86 m, lebar 8 m, dengan kapasitas 20 ton/m<sup>3</sup>. Sarana pendukung yang tersedia adalah ruang tunggu atau terminal penumpang berukuran 200 m<sup>2</sup> yang mampu menampung 100 orang penumpang dan gudang penyimpanan barang berukuran 300 m<sup>2</sup> dengan kapasitas 1600 ton/m<sup>3</sup>. Fasilitas yang belum tersedia adalah lapangan penumpukan khusus untuk peti kemas karena terkendala terbatasnya lahan pelabuhan.

#### **D. Kualitas Pelayanan Angkutan Laut**

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, kualitas berarti tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf kepandaian, kecakapan atau mutu. Pengertian kualitas menurut Tjiptono (1995) adalah kesesuaian dengan persyaratan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar, dan sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Menurut Ibrahim (1997) kualitas adalah suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit dan implisit. Strategi ini menggunakan seluruh

kemampuan sumber daya manajemen, modal, teknologi, peralatan, material serta sumber daya manusia.

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, pelayanan memiliki tiga makna yaitu perihal atau cara melayani, usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan uang, dan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.

Menurut Lovelock (1991), pelayanan adalah produk yang tidak berwujud, berlangsung sebentar dan dirasakan atau dialami. Artinya pelayanan merupakan produk yang tidak ada wujud atau bentuknya sehingga tidak ada bentuk yang dapat dimiliki, tetapi dialami dan dapat dirasakan oleh penerima pelayanan. Secara etimologis, pelayanan berasal dari kata layan yang berarti membantu menyiapkan atau mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang (Poerwadarminta, 1995).

Dari uraian tersebut, maka pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian kualitas layanan menurut Zethaml dkk (1990) adalah sebagai berikut :

1. *Word of mouth communication*, apa yang didengar pengguna jasa dari pengguna jasa lain melalui percakapan dari mulut ke mulut merupakan faktor potensial untuk membentuk penilaian kualitas pelayanan oleh pengguna jasa.
2. *Personal needs*, kebutuhan pribadi akan menimbulkan kualitas pelayanan dalam tingkatan yang berbeda, tergantung karakteristik individu dan situasi kondisi lapangan.

3. *Past experience*, pengalaman masa lalu pegguan jasa sehubungan dengan penggunaan jasa dimaksud ataupun yang serupa.
4. *External communication*, komunikasi eksternal dari penyedia jasa memainkan peranan penting dalam membentuk kualitas pelayanan pengguna jasa, melalui komunikasi eksternal faktor harga/tarif memegang peranan sangat penting.

Untuk penilaian kualitas tentang pelayanan, ditemukan sepuluh dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan (Zenthaml dkk, 1990), yaitu :

1. *Tangibles*: fasilitas yang tampak nyata, peralatan personil dan peralatan atau material komunikasi.
2. *Reliability*: kemampuan untuk dapat menjanjikan layanan yang bisa diandalkan atau ditentukan secara akurat.
3. *Responsiveness*: kemauan untuk dapat membantu *customer* dan menyediakan layanan yang dijanjikan dan cepat tanggap dalam memecahkan permasalahan dari *customer*.
4. *Competence*: peningkatan permintaan keahlian dan pengetahuan untuk menyediakan layanan.
5. *Courtesy*: kesopanan, respon, kehati-hatian dan keramahan untuk berhubungan dengan *customer*.
6. *Credibility*: kepercayaan, bisa dipercaya, jujur dalam menyediakan layanan.
7. *Security*: aman dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
8. *Access*: pendekatan dan adanya kontak karena kasus.
9. *Communication*: menjaga *customer* dengan diinformasikan dalam bahasa yang dapat dimengerti oleh mereka dan mendengar keluhan dari *customer*.

10. *Understanding the customer*: membuat penawaran untuk mengetahui keinginan *customer* dan kebutuhan mereka.

#### **E. Atribut Pelayanan Jasa Angkutan Laut**

Atribut pelayanan merupakan atribut dari sistem transportasi yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti kapan, dimana, untuk apa, dengan moda apa, dengan rute yang mana, melakukan pergerakan atau perjalanan. Konsumen yang berbeda akan mempertimbangkan atribut pelayanan yang berbeda pula. Dalam kenyataan konsumen tidak mempertimbangkan suatu atribut pelayanan yang ada pada suatu jenis pelayanan tertentu, tetapi hanya mengidentifikasi beberapa variabel pelayanan yang dianggap paling besar pengaruhnya terhadap profesinya (Manheim, 1979).

Beberapa atribut untuk pelayanan jasa dibidang transportasi dari berbagai pertimbangan para konsumen telah dirumuskan oleh Manheim, (1979). Atribut-atribut tersebut dianggap bisa mewakili pelayanan terhadap konsumen dan berpengaruh terhadap tiap aktivitas konsumen yang berbeda.

Contoh atribut yang dirumuskan oleh Manheim (1979) adalah sebagai berikut :

1. Waktu yang indikatornya terdiri dari waktu perjalanan total, keandalan (variasi waktu perjalanan), waktu perpindahan (*transfer*), frekuensi perjalanan dan jadwal perjalanan.
2. Biaya yang indikatornya terdiri dari biaya transportasi langsung seperti tarif dan biaya bahan bakar, biaya transportasi tidak langsung seperti biaya pemeliharaan dan asuransi.



3. Keselamatan dan keamanan yang indikatornya terdiri dari kemungkinan terjadinya kecelakaan dan perasaan aman.
4. Kesenangan dan kenyamanan pengguna jasa yang indikatornya terdiri dari jarak perjalanan, kenyamanan fisik (suhu, kebersihan), kesenangan perjalanan (penanganan bagasi, *ticketing*, pelayanan makan dan minum, kesenangan lainnya seperti adanya hiburan musik).
5. Pelayanan ekspedisi berupa adanya asuransi kerugian dan hak pengiriman kembali.

## **F. Landasan Teori**

### **1. Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Kotler (1995) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

#### **a. Sistem keluhan dan Saran**

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain.

Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga

memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli produk perusahaan tersebut lagi.

Upaya mendapatkan saran yang bagus dari pelanggan juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan imbal balik dan tindak lanjut yang memadai kepada mereka yang telah bersusah payah berpikir (menyumbang ide) ke pihak perusahaan.

*b. Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya setiap manajer perusahaan terjun langsung menjadi *ghost shopper* untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para palanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya sedang melakukan penelitian atau penilaian (misalnya dengan cara menelepon

perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan). Bila mereka tahu sedang dinilai, tentu saja perilaku mereka akan menjadi sangat manis dan hasil penilaian akan menjadi bias.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customers loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customers loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan metode survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, pembagian kuesioner maupun wawancara pribadi (McNeal dan Lamb dalam Peterson dan Wilson, 1992). Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Dalam penelitian ini peneliti memilih metode yang keempat yaitu metode dengan survey kepuasan pelanggan. Peneliti terjun ke lapangan dan melakukan wawancara serta membagi kuesioner ke pengguna jasa angkutan laut, sehingga dapat langsung mengetahui persepsi pengguna jasa angkutan laut terhadap kinerja pelabuhan dan kapal penumpang serta harapan dan keinginannya.

## 2. Uji Kuisisioner

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan kuesioner dalam mendefenisikan suatu variabel. Butir-butir pertanyaan kuesioner pada prinsipnya harus mendukung variabel tertentu yang dijadikan variabel penelitian. Kriteria yang digunakan untuk menilai hasil uji validitas adalah nilai korelasi ( $r$ ), yang disebut dengan koefisien validitas. Nilai  $r$  hasil perhitungan dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel dimana jika nilai  $r$  tabel lebih kecil dari nilai  $r$  hitung maka butir pertanyaan tersebut dianggap valid (Sujarweni, 2007).

### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas atau kehandalan merupakan ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab butir-butir pertanyaan yang berkaitan dengan dimensi variabel penelitian. Reliabilitas memberikan gambaran sejauh mana suatu hasil pengukuran dapat dipercaya artinya sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kesalahan pengukuran (*measurement error*).

Tinggi rendahnya nilai reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Secara teoritis besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0,0-1,0 dan dibagi menjadi beberapa kategori yaitu reliabilitas sangat tinggi (0,8-1,0), reliabilitas tinggi (0,6-0,8), reliabilitas cukup (0,4-0,6), reliabilitas rendah (0,2-0,4), dan reliabilitas buruk (0,0-0,2), sehingga besarnya

koefisien reliabilitas minimal yang harus dipenuhi oleh suatu alat ukur adalah 0,4 (Sujarweni, 2007).

### 3. Teknik Pengukuran Kinerja

#### a. Teknik Pengukuran

Prosedur pengukuran dan pemberian angka-angka pada variabel diharapkan bersifat *isomorphic* terhadap realita, artinya ada persamaan dengan realita (Singarimbun dan Effendi, 1985). Tingkat ukuran di dunia penelitian dikembangkan pertama kali oleh Steven pada tahun 1946, yakni tingkat ukuran nominal, ordinal, interval dan rasio.

- 1) Ukuran nominal, merupakan ukuran yang paling sederhana. Dalam ukuran ini tidak ada asumsi tentang jarak maupun urutan antara kategori-kategori dan angka hanya menunjukkan kedudukan atau berupa label.
- 2) Ukuran Ordinal, merupakan ukuran yang mengurutkan responden dari tingkatan paling rendah ke tingkatan paling tinggi menurut suatu atribut tertentu tanpa ada penunjuk yang jelas tentang berapa jumlah absolut atribut yang dimiliki oleh masing-masing responden tersebut dan berapa interval antara responden dengan responden lainnya.
- 3) Ukuran *interval*, merupakan ukuran yang tidak semata-mata mengurutkan orang atau obyek berdasarkan suatu atribut, tetapi memberikan informasi tentang *interval* antara satu obyek dengan obyek lainnya. Tetapi ukuran itu tidak memberikan informasi tentang jumlah absolut atribut yang dimiliki obyek.

- 4) Ukuran rasio, merupakan ukuran yang diperoleh selain informasi tentang urutan dan *interval* antara obyek-obyek juga terdapat informasi tambahan tentang jumlah absolut atribut obyek yang jaraknya diukur dari titik nol.

Sedangkan metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

- 1) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas saudara terhadap pelayanan perusahaan X pada skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).
- 2) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
- 3) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
- 4) Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*). Teknik ini dikenal pula dengan istilah *Importance-Performance Analysis* (Martilla dan James, 1997)

Dalam penelitian ini teknik pengukuran yang digunakan adalah teknik keempat yaitu *Importance-Performance Analysis*.

#### b. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert. Skala ini dikembangkan oleh Rensis Likert (1932) dan terkenal dengan nama *Likert's Summated Ratings (LSR)* atau Skala Likert (Sedarmayanti, 2011). Beberapa faktor yang menyebabkan skala Likert banyak digunakan sebagai berikut :

- 1) Skala ini relatif mudah dibuat.
- 2) Bebas memasukan item-item pernyataan.
- 3) Jawaban dapat berupa beberapa alternatif
- 4) Tingkat reliabilitas yang tinggi dapat dicapai.
- 5) Mudah untuk diterapkan pada berbagai situasi.

c. Pendekatan *Importance-Performance Analysis (IPA)*

*Importance-Performance Analysis (IPA)* merupakan alat bantu dalam menganalisis atau untuk membandingkan sampai sejauh mana kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. Untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan/kinerja terhadap jawaban responden, digunakan skala lima tingkat. Dari hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja, maka akan diperoleh suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya.

Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan skala prioritas yang akan dipakai dalam penanganan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna jasa angkutan laut.

Ada dua buah variabel yang akan menentukan tingkat kinerja penyedia jasa pelayanan (diberi simbol  $X$ ) dan tingkat kepentingan pengguna jasa (diberi simbol  $Y$ ) sebagaimana dijelaskan dengan model matematik sebagai berikut :

$$T_k = \frac{X}{Y} \times 100 \% \quad \dots\dots\dots (1)$$

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N} \quad \dots\dots\dots (2)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{N} \quad \dots\dots\dots (3)$$

dengan :

$T_k$  = Tingkat kesesuaian responden

$X$  = Skor penilaian kualitas pelayanan jasa (kinerja)

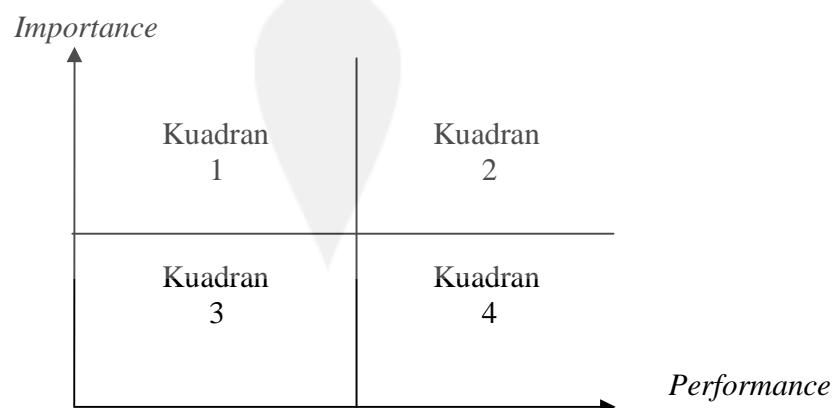
$Y$  = Skor penilaian kepentingan pengguna jasa

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kualitas pelayanan jasa (kinerja)

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan pengguna jasa

$N$  = Jumlah responden

Selanjutnya unsur-unsur dari atribut akan dikelompokkan dalam salah satu dari empat kuadran yang disebut dengan diagram kartesius yang dibatasi oleh sumbu  $X$  dan sumbu  $Y$ , seperti terlihat dalam Gambar 2.1.





Gambar 2.1 . *Importance-Performance Grid*  
Diagram Kartesius

Apabila unsur pelayanan berada pada kuadran 1, maka dapat diartikan bahwa unsur tersebut memiliki *importance* tinggi dan *performance* rendah. Pada kondisi ini, kepentingan pengguna jasa berupa faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan berada pada tingkat tinggi (dianggap penting), sedangkan dari sisi kepuasan, pengguna jasa merasa tidak puas sehingga menuntut adanya perbaikan kualitas pelayanan menjadi prioritas utama oleh penyedia jasa.

Jika unsur pelayanan terletak pada kuadran 2, maka unsur tersebut memiliki *importance* tinggi dengan *performance* juga tinggi. Kondisi ini berarti faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan dianggap penting dan menjadi keunggulan dari penyedia jasa, sedangkan kepuasan pengguna jasa juga terpenuhi (sudah merasa puas). Dalam hal ini pengelola penyedia jasa diharapkan dapat mempertahankan prestasinya dalam bentuk kualitas pelayanan/kinerjanya.

Selanjutnya bila unsur pelayanan berada pada kuadran 3, maka unsur tersebut memiliki *importance* rendah dengan *performance* juga rendah. Kondisi ini menunjukkan faktor-faktor yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dianggap tidak penting oleh pengguna jasa dan kinerja penyedia jasa biasa-biasa saja sehingga pengguna jasa tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Peningkatan kualitas pelayanan pada kondisi ini tidak terlalu mendesak sehingga menjadi prioritas rendah dalam perbaikan pelayanan.

Unsur pelayanan yang menempati kuadran 4 memiliki *importance* rendah sedangkan *performance* tinggi, artinya pada kondisi ini faktor-faktor yang

mempengaruhi pelayanan tidak penting bagi pengguna jasa. Pengguna jasa merasa pelayanan yang diterima lebih dari yang diharapkan (berlebihan) sehingga tidak perlu ada perbaikan pelayanan dari penyedia jasa.

*d. Pendekatan Customer Satisfaction Index (CSI)*

Manfaat dilakukannya *Customer Satisfaction Index (CSI)* adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa angkutan laut khususnya di pelabuhan Regional Sanana. Dalam menentukan atau mengukur tingkat kepuasan pengguna jasa angkutan laut dapat ditentukan dengan indikator nilai *CSI* yang mempertimbangkan tingkat harapan pengguna jasa terhadap faktor-faktor yang akan ditentukan.

Pada umumnya, nilai *CSI* diatas 50 persen dapat dikatakan bahwa pengguna jasa sudah merasa puas, sebaliknya bila nilai *CSI* dibawah 50 persen maka pengguna jasa dikatakan belum puas. Nilai *CSI* dalam penelitian ini dibagi kedalam lima kriteria dari tidak puas sampai dengan sangat puas.

Berdasarkan rekomendasi yang diusulkan oleh Oktaviani dan Suryana (2006), maka nilai indeks kepuasan pengguna jasa adalah seperti terlihat dalam Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Rekomendasi nilai *CSI*

No	Angka Indeks	Interpretasi Nilai <i>CSI</i>
1.	0,81 – 1,00	Sangat Puas
2.	0,66 – 0,80	Puas
3.	0,51 – 0,65	Cukup Puas
4.	0,36 – 0,50	Kurang puas
5.	0,00 – 0,34	Tidak Puas

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Pengumpulan Data**

Informasi dari penumpang pengguna jasa angkutan laut diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disusun sesuai dengan kebutuhan. Hal ini bertujuan agar hasil atau data yang diperoleh relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Pilihan jawaban yang digunakan dalam kuesioner telah disediakan dan ditentukan terlebih dahulu, sehingga tidak memungkinkan diperoleh jawaban lain dan skala yang digunakan adalah Skala Likert dengan bobot nilai dari satu sampai dengan lima.

##### **1. Teknik *sampling***

*Sampling* adalah teknik pengambilan data dengan cara mengambil sebagian kecil sampel (*sample*) dari populasi atau keseluruhan obyek yang diselidiki (*universe*). Jarang sekali suatu penelitian dilakukan dengan cara memeriksa semua obyek yang diteliti yang disebut sensus. Keuntungan dengan menggunakan teknik *sampling* antara lain adalah mengurangi ongkos, mempercepat waktu penelitian dan dapat memperbesar ruang lingkup penelitian.

Menurut Singarimbun dan Effendi (1985) dalam menentukan besarnya sampel suatu penelitian, ada empat faktor yang harus dipertimbangkan yaitu :

- a. Derajat keseragaman populasi.
- b. Ketepatan yang dikehendaki dari penelitian.
- c. Rencana analisis.
- d. Tenaga, biaya dan waktu

## 2. Metode Pengambilan Sampel

Pada dasarnya ada dua macam metode pengambilan sampel, yaitu pengambilan sampel secara acak (*probability sampling*) dan secara tidak acak (*non probability sampling*) (Singarimbun dan Effendi, 1985). Pengambilan sampel secara acak (*probability sampling*) terdiri dari :

- a. *Simple random sampling* merupakan pengambilan random sederhana yaitu prosedur seleksi unit populasi dimana setiap satuan elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Terpilihnya seseorang menjadi responden adalah kebetulan atau secara acak.
- b. *Sequential sampling* merupakan pengambilan sampel random sistematis yaitu mengambil elemen pertama dalam sampel secara random atau acak. Sampel berikutnya ditentukan secara sistematis dengan menggunakan interval sebesar  $k$  yang ditentukan dari total populasi dibagi isi sampel.
- c. *Proportionate stratified random sampling*. Teknik pengambilan sampel ini digunakan apabila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.
- d. *Disproportionate stratified random sampling*. Teknik pengambilan sampel ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel dengan populasi berstrata tetapi kurang atau tidak proporsional.
- e. *Cluster sampling* atau sampel area. Teknik ini digunakan untuk menentukan data bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas sehingga perlu dilakukan pengelompokan unit populasi berdasarkan karakteristik tertentu dan kemudian sampel diambil secara acak dari sub populasi.

- f. Pengambilan random gugus bertahap dengan menggolongkan populasi dalam gugus bertingkat.

Menurut Singarimbun (1985) metode pengambilan sampel dengan tidak acak (*non probability sampling*) meliputi :

- a. *Sistematic sampling* atau sampel sistematis adalah teknik penentuan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang diberi nomor urut.
- b. *Quota sampling* atau sampel kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai cirri-ciri tertentu sampai dengan jumlah yang diinginkan.
- c. *Sampling accidental* adalah teknik pengambilan sampel secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber data.
- d. *Purposive sampling* adalah pengambilan elemen-elemen sampel dengan pertimbangan tertentu sehingga sengaja dimasukkan oleh peneliti, apabila dianggap cukup mewakili objek penelitian.
- e. *Sampling jenuh* atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Ini terjadi bila populasi relatif kecil.
- f. *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini memilih teman lagi untuk dijadikan sampel dan seterusnya sehingga jumlah sampel semakin banyak.

Dalam penelitian ini digunakan *simple random sampling* dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dan terpilihnya sampel juga dilakukan secara acak dan kebetulan.

### 3. Penentuan Jumlah Sampel

Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan makin kecil. Sebaliknya makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka semakin besar kesalahan generalisasi. Rumus untuk menentukan jumlah sampel menurut Nazir (1988) adalah :

$$n = \frac{N \cdot p(1-p)}{(N-1)D + p(1-p)} \quad D = \frac{B^2}{4}$$

dengan :

$n$  = jumlah sampel

$N$  = jumlah populasi

$p$  = proporsi populasi

$B$  = *bound of error* dalam pengambilan sampel

Menurut Sugiarto (2001), proporsi populasi ( $p$ ) biasanya diketahui dari hasil survei sebelumnya, namun jika nilai  $p$  sama sekali tidak diketahui, maka yang dilakukan adalah mencari sampel sebanyak mungkin. Dari rumus ini nilai sampel yang paling besar bisa diperoleh dari nilai terbesar  $p(1-p)$  yaitu pada saat  $p=0,5$ . Dari data BPS Kabupaten Kepulauan Sula diketahui rata-rata jumlah penumpang angkutan laut di Pelabuhan Sanana sebesar 24.464 pertahun. Jumlah ini selanjutnya digunakan sebagai jumlah populasi ( $N$ ) yang akan dijadikan sampel penelitian. Nilai derajat ketepatan ditetapkan 90% atau *bound of error* ( $B$ ) ditetapkan = 0,1.

Dari hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel :

$$n = \frac{24.464 \times 0,5 (1-0,5)}{(24.464-1)0,0025+0,5(1-0,5)} \quad D = \frac{0,1^2}{4} = 0,0025$$

$$= 99,59 \text{ sampel dibulatkan menjadi } 100 \text{ sampel.}$$

Jadi dalam penelitian ini digunakan 100 sampel atau responden masing-masing untuk menilai kualitas pelayanan pelabuhan dan kapal.

## **B. Metode Penelitian**

### **1. Metode pengumpulan data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan cara :

#### **a. Wawancara**

Metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab atau wawancara langsung. Sebelum wawancara telah dibuat terlebih dahulu daftar pertanyaan kemudian ditujukan kepada pihak Pelabuhan Regional Sanana dan operator kapal untuk dapat memberikan data pendukung yang diperlukan tentang pelayanan yang diberikan.

#### **b. Kuesioner**

Metode pengumpulan data dengan cara menyusun dan mengajukan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada responden secara tertulis, sehingga memudahkan dalam pengolahan data. Penyusunan kuesioner didasarkan atas wawancara terstruktur/baku yaitu, susunan pertanyaan sudah ditetapkan sebelumnya dengan pilihan-pilihan jawaban yang sudah tersedia. Kuesioner yang disusun terbagi atas dua bagian yaitu :

Bagian I : Informasi karakteristik sosial ekonomi responden.

Bagian II : Informasi untuk mengetahui penilaian responden atas pelayanan yang diberikan kepada penumpang angkutan laut di Pelabuhan Regional Sanana dimana digunakan skala Likert.

Pada skala Likert digunakan pembobotan nilai satu sampai dengan lima dimana angka satu berarti nilai pelayanan sangat buruk dan nilai kepentingan tidak penting, sampai dengan angka lima yang berarti nilai pelayanan sangat baik dan nilai kepentingan sangat penting. Adapun bentuk lengkap dari daftar pertanyaan (kuesioner) tersebut dicantumkan dalam lampiran.

#### c. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi yang ada hubungannya dengan obyek yang diteliti. Ini dilakukan untuk memperoleh dasar-dasar teoritis mengenai masalah kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan *customer* yang digunakan untuk menganalisa kenyataan yang ada pada obyek yang diteliti.

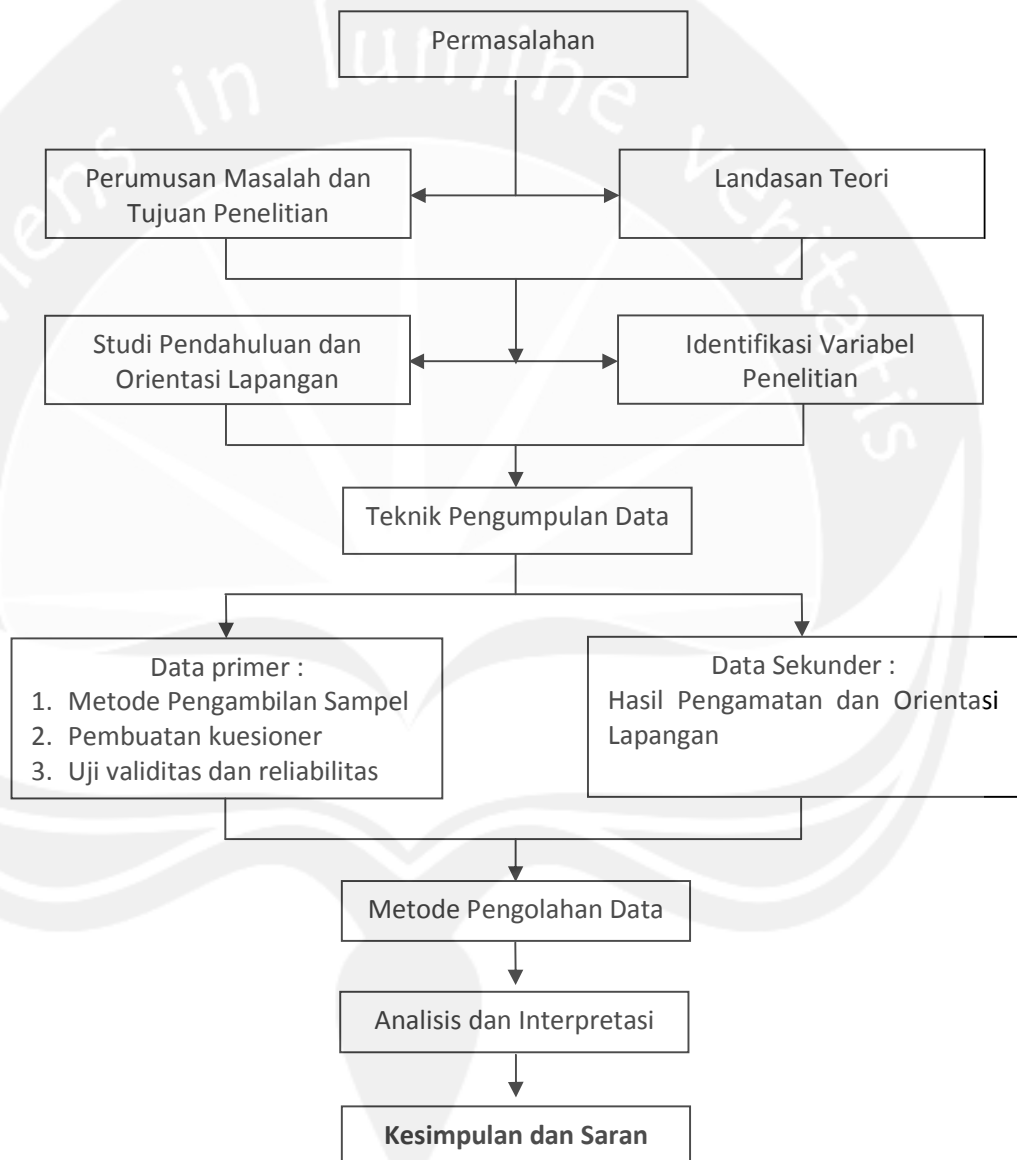
#### 2. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan berupa daftar pertanyaan atau kuesioner yang terdiri dari 16 pertanyaan tentang kepentingan kualitas jasa pelayanan pelabuhan dan kapal dan 16 pertanyaan tentang kinerja kualitas jasa pelayanan pelabuhan dan kapal. Sebelum daftar pertanyaan digunakan terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reabilitas kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 30 orang.



### C. Langkah Penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan sebagai pendekatan permasalahan yang ada dapat dijelaskan dengan langkah-langkah penelitian berikut ini.



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

#### D. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini ada dua kelompok variabel yaitu :

1. Variabel 5 (lima) dimensi penentu kualitas jasa pelayanan yang terdiri atas :
  - a. Penampilan fisik (*tangible*), penampilan fasilitas fisik, peralatan, penampilan personel dan materi komunikasi.
  - b. Keandalan (*reliability*), kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa-jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.
  - c. Tanggapan (*responsiveness*), kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat.
  - d. Kepastian (*assurance*), pengetahuan dan keramahan karyawan dan kemampuan karyawan untuk menciptakan opini yang dapat dipercaya pelanggan.
  - e. Empati (*emphaty*), kepedulian dan perhatian perusahaan terhadap pelanggan
2. Variabel Kepuasan *Customer*

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). *Customer* dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja di bawah harapan, *customer* tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, *customer* akan puas. Jika kinerja melampaui harapan, *customer* akan sangat puas, senang atau bahagia (Kotler Philip dkk, 2000).

Tingkat persepsi pengguna jasa angkutan merupakan tanggapan dari responden yang dirasakan terhadap pelayanan dengan membandingkan kualitas jasa yang diterima terhadap harapan pelayanan jasa angkutan tersebut. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan jasa pelabuhan adalah seperti pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Indikator Tingkat Pelayanan Pelabuhan dan Kapal Penumpang

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas pelayanan	Penampilan fisik ( <i>tangible</i> )	a. Kebersihan area pelabuhan b. Kebersihan di kapal c. Sistem penerangan di pelabuhan (malam hari) d. Kenyamanan di kapal
	Kehandalan ( <i>reliability</i> )	a. Sistem pembelian tiket b. Waktu tiba/berangkat di kapal c. Ketersediaan area parkir kendaraan
	Tanggapan ( <i>responsiveness</i> )	a. Informasi jadwal kedatangan dan keberangkatan kapal b. Ketersediaan fasilitas pendukung di ruang tunggu c. Fasilitas pendukung di kapal
	Kepastian ( <i>assurance</i> )	a. Keamanan area pelabuhan b. Jaminan mendapat tempat tidur di kapal c. Keamanan barang bagasi penumpang d. Fasilitas keselamatan di kapal
	Empati ( <i>emphaty</i> )	a. Sikap petugas dalam melayani penumpang b. Sikap ABK dalam melayani penumpang

Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna jasa terhadap kualitas pelayanan pelabuhan seperti pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Indikator Tanggapan Pengguna Jasa Pelabuhan

Variabel	Indikator Tingkat Kepuasan dan Harapan Pelabuhan
Tanggapan Pengguna Jasa	a. Sikap petugas dalam melayani penumpang b. Informasi jadwal kedatangan dan keberangkatan kapal c. Keamanan area pelabuhan d. Sistem penerangan di pelabuhan (malam hari) e. Ketersediaan fasilitas pendukung di ruang tunggu f. Kebersihan area pelabuhan g. Sistem pembelian tiket h. Ketersediaan area parkir kendaraan

Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna jasa terhadap kualitas pelayanan operator kapal seperti pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Indikator Tanggapan Penumpang Kapal

Variabel	Indikator tingkat pelayanan di kapal
Tanggapan Pengguna Jasa	a. Sikap ABK dalam melayani penumpang b. Jaminan mendapat tempat tidur di kapal c. Keamanan barang bagasi penumpang d. Waktu tiba/berangkat di kapal e. Fasilitas keselamatan di kapal f. Fasilitas pendukung di kapal g. Kebersihan di kapal h. Kenyamanan di kapal

## E. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk memahami perilaku pengguna jasa yaitu penumpang kapal terhadap mutu pelayanan yang diberikan oleh pengelola Pelabuhan Regional Sanana maupun operator kapal penumpang adalah :

### 1. Metode Kualitatif

Metode kualitatif merupakan metode analisis data yang bersifat menggolongkan saja, tidak dilakukan perhitungan. Uraian dibuat bersifat keterangan tanpa rumus dan angka-angka melainkan berupa perbandingan hal-hal yang berhubungan dengan pelayanan jasa terhadap *customer* yang sedang diteliti, sehingga *output* dapat disajikan dalam bentuk persentase dari tiap-tiap unsur.

### 2. Metode Kuantitatif

Metode ini merupakan uraian bersifat obyektif yang berdasarkan pada hasil penelitian atau data yang berbentuk angka/bilangan. Dalam hal ini kualitas kinerja pelayanan pelabuhan dan kapal diranking menggunakan skala 5 (lima) titik seperti pada tabel 3.4.

Tabel 3.4 Bobot Jawaban Kuesioner Kualitas Pelayanan

NO	JAWABAN	BOBOT
1	Sangat baik	5
2	Baik	4
3	Cukup Baik	3
4	Buruk	2
5	Sangat buruk	1

Untuk tingkat kepentingan terhadap kinerja pelabuhan dan tingkat kinerja kapal, juga diranking dengan menggunakan skala 5 (lima) seperti pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5 Bobot Jawaban Kuesioner Kepentingan Pelayanan

NO	JAWABAN	BOBOT
1	Sangat penting	5
2	Penting	4
3	Cukup Penting	3
4	Kurang penting	2
5	Tidak penting	1

Dalam menganalisa data penelitian ini digunakan metode diskriptif kualitatif-kuantitatif. Untuk menjawab perumusan masalah mengenai persepsi pengguna jasa angkutan laut terhadap kualitas pelayanan yang ada maka digunakan *Importance-Performance Analysis* (John A. Martila and John C. James, 1997) atau Analisa Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja/penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya oleh pengelola Pelabuhan Regional Sanana dan Operator KM. Bunda Maria, KM. Theodora, dan KM. Intim Teratai yang beroperasi pada trayek Sanana-Ternate-Manado.

Tingkat kesesuaian kinerja dan harapan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna jasa dengan bantuan indikator nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang mempertimbangkan tingkat harapan pengguna jasa terhadap faktor-faktor yang akan ditentukan.

